

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas pengaruh variabel yang berhubungan dengan *packaging* produk diantaranya yaitu *packaging design*, *packaging benefits* terhadap variabel *purchase decision* Gula Semut di Talang Babungo, kabupaten Solok, Sumatera Barat. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari tanggapan yang diberikan oleh responden pada kuesioner yang telah disebarluaskan dalam bentuk Google Form melalui media sosial *WhatsApp* dan *Instagram*. Responden yang memberikan tanggapan harus memenuhi kriteria diantaranya berusia 17 tahun keatas dan pernah membeli Gula Semut Talang Babungo. Dengan kriteria tersebut, peneliti berhasil mengumpulkan sebanyak 170 orang responden. Selanjutnya, data tersebut diolah menggunakan bantuan *software SmartPLS v.4.0.9.6* untuk mengetahui hasil dari penelitian ini. Berdasarkan hasil yang sudah dijelaskan pada bagian pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa poin diantaranya:

1. Desain kemasan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Gula Semut. Artinya, semakin menarik, informatif, dan fungsional desain kemasan suatu produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk memilih dan membeli produk tersebut. Desain visual (warna, logo, bentuk kemasan), estetika, serta keterbacaan informasi pada kemasan Gula Semut memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif konsumen dan memicu minat beli.

2. Manfaat kemasan seperti kepraktisan, keamanan produk, daya tahan, kemudahan penyimpanan, serta keberlanjutan (ramah lingkungan), memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen gula semut mempertimbangkan manfaat fungsional kemasan dalam menunjang aktivitas konsumsi dan penyimpanan produk Gula Semut.
3. Keberadaan label halal terbukti secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Gula Semut. Dalam konteks konsumen di Talang Babungo yang seluruhnya beragama Islam, label halal berfungsi sebagai jaminan kehalalan dan kepatuhan syariah yang penting dalam pengambilan keputusan.

## 5.2. Implikasi penelitian

Hasil penelitian ini menimbulkan beberapa implikasi yang dapat dimanfaatkan berbagai pihak salah satunya produsen Gula Semut di Talang Babungo sebagai bahan evaluasi strategi pemasaran. Adapun beberapa implikasi berdasarkan temuan dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen, khususnya dalam konteks stimulus-organism-response (SOR), bahwa stimulus eksternal seperti kemasan dan label halal dapat memengaruhi respons konsumen dalam bentuk keputusan pembelian. Menambah kontribusi terhadap literatur pemasaran produk UMKM lokal, khususnya pada produk agribisnis olahan tradisional seperti Gula Semut, yang selama ini

masih kurang tereksplorasi dalam kajian akademik. Membuktikan bahwa variabel label halal dapat menjadi faktor non-ekonomi yang signifikan dalam model perilaku konsumen muslim, terutama di daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam.

## 2. Implikasi Praktis

Produsen Gula Semut dan UMKM lokal perlu lebih serius dalam mendesain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional, misalnya: mudah dibuka-tutup, menjaga kualitas produk, dan ramah lingkungan. Label halal bukan sekadar formalitas, tetapi komponen utama kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, produsen sebaiknya mengurus sertifikasi halal secara resmi dan mencantumkannya secara jelas dan mencolok di kemasan. Strategi pemasaran lokal dapat difokuskan pada penekanan aspek kemasan dan label halal dalam komunikasi produk, karena terbukti menjadi faktor yang memengaruhi keputusan beli. Hasil ini dapat menjadi bahan pertimbangan dinas koperasi/UMKM dalam membina pengemasan produk lokal agar lebih kompetitif di pasar ritel dan e-commerce.

### 5.3. Keterbatasan penelitian

Dalam proses penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih memiliki kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian ini menyebarkan kuesioner hanya kepada responden yang memenuhi kriteria yang di terapkan saja. Sehingga peneliti terbatas dalam mengumpulkan data dari responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini.

2. Dikarenakan penelitian dilakukan di daerah pedesaan yang lumayan jauh dari kota, sehingga masyarakat disana belum maju dan masih banyak yang gagap teknologi. Sehingga peneliti kesulitan dalam menyebarkan kuesioner terutama kepada responden yang sudah berumur lebih dari 45 tahun.
3. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh antara *packaging design*, *benefit packing*, label halal terhadap *purchase decision*. Masih banyak variabel-variabel lain yang mempengaruhi purchase decision yang tidak diuji di penelitian ini

#### **5.4. Saran penelitian**

Berdasarkan beberapa keterbatasan penelitian yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagaimana yang dirangkum dalam poin-poin berikut:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya menerapkan kriteria yang dapat dipenuhi oleh mayoritas masyarakat pada umumnya sehingga cakupan responden penelitian menjadi lebih luas.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya lebih memperhatikan karakteristik dari semua respondennya agar lebih memudahkan peneliti dalam menentukan cara penyebaran kuesioner yang tepat.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi purchase decision.